PROGRAMME DE FORMATION

Réussir le développement commercial de son entreprise

DURÉE : 1 jours | 56 heures
MODALITÉ D'ORGANISATION : Mixte

Informations

PUBLIC VISÉ

Porteurs de projet, créateurs ou repreneurs d'entreprise, entrepreneurs et indépendants souhaitant structurer et développer leur activité.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Appréhender et mettre en oeuvre les leviers pour réussir le développement commercial de son entreprise.
Comprendre et maîtriser les enjeux commerciaux et marketing de son projet pour un créateur ou repreneur d'entreprise.
Élaborer la stratégie commerciale de son entreprise.
Analyse de l'entreprise.
Définir et mettre en place sa stratégie de développement.

PRÉREQUIS

Aucun prérequis.

ACCESSIBILITÉ

Si vous êtes en situation de handicap, merci de nous contacter afin que nous puissions vous accompagner et vous orienter au mieux dans votre demande et vos démarches.

Modalités pédagogiques

MODALITÉS

Formation dispensée en présentiel ou à distance (sur demande) par un formateur expert en développement commercial : apports théoriques, exercices de mise en situation professionnelle. Programme, supports et fiches pratiques remis aux stagiaires. Supports pédagogiques utilisés : vidéos, documents PDF, PowerPoint et quiz.

MOYENS ET SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

Formation dispensée en présentiel ou à distance (sur demande) par un formateur expert en développement commercial : apports théoriques, exercices de mise en situation professionnelle.

MODALITÉS D'ÉVALUATION ET DE SUIVI

Avant la formation : audit des besoins et du niveau

En cours de formation : Évaluation en continu de la compréhension et de l'assimilation des savoirs et savoir-faire par le formateur lors de mises en situation et cas pratiques.

À la fin de la formation : évaluation de la compréhension et de l'assimilation des savoirs et savoir-faire par le formateur, évaluation des acquis : Quiz/QCM de fin de module.

Formation qualifiante : certificat de réalisation en fin de formation

Contenu pédagogique

01 - Introduction et tour de table

- Présentation des étapes et thématiques abordées : sommaire du module/parcours de formation.
- Validation des objectifs avec chaque apprenant.
- Tour de table guidé : échanges et positionnement des acquis et des besoins de chacun.

02 - Elaborer la stratégie commerciale de son entreprise

- Analyse de l'entreprise.
- Définir et mettre en place sa stratégie de développement.
- Identifier ses axes de développement.
- Gérer la relation client.

03 - Prospection commerciale

- Principes de la partie double débit/crédit.
- Les règles d'enregistrement.
- Le plan comptable général, les comptes.
- Les journaux achats, ventes, banques, opérations diverses, trésorerie.
- Le grand livre.
- La balance.
- Le bilan.
- Le compte de résultat charges et produits.

04 - Négociation commerciale

- Identifier les leviers d'une négociation réussie : mesurer les enjeux, identifier sa marge de manœuvre et les risques associés, analyser l'environnement.
- Savoir élaborer une stratégie de négociation gagnante.

05 - Répondre à un appel d'offre

- Maîtriser les conditions d'attribution des marchés publics et le cadre juridique lié à la dématérialisation de marchés publics
- Développer une méthode de réponse aux appels d'offres.
- Présenter l'offre la plus pertinente.
- Valoriser sa proposition commerciale dans sa transmission d'offre de façon dématérialisée.
- Utiliser les différents outils et plateformes.

06 - Valider les acquis et clôturer la formation

- Bilan et évaluation finale de la formation.
- Enquête de satisfaction à chaud.

Modalités d'évaluation

Avant la formation : audit des besoins et du niveau

En cours de formation : Évaluation en continu de la compréhension et de l'assimilation des savoirs et savoir-faire par le formateur lors de mises en situation et cas pratiques.

À la fin de la formation : évaluation de la compréhension et de l'assimilation des savoirs et savoir-faire par le formateur, évaluation des acquis : Quiz/QCM de fin de module.

Formation qualifiante : certificat de réalisation en fin de formation